

<<全球传媒评论>>

图书基本信息

书名：<<全球传媒评论>>

13位ISBN编号：9787302232209

10位ISBN编号：7302232202

出版时间：2010-10

出版时间：清华大学出版社

作者：清华大学新闻与传播学院 编

页数：214

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 内容概要

本书的封面专题是：“媒介品牌”，特邀主编是范红教授和杭敏副教授，她们都是研究媒介经济和媒介品牌的专家。

本辑“媒介品牌”的主题内容中包含了4篇文章。

美国学者沃尔特·麦克道尔的《媒介品牌塑造》全面介绍了这个领域的基本知识，例如品牌管理的相关概念和研究方法，指出了品牌研究中心理测量和行为测量之间的张力，并为研究者寻找有价值的学术问题提供了有益的建议；瑞典学者诺拜客的《交叉宣传和媒介产品组合的品牌推广》从实务的方面探讨了媒介产品多元化以及媒介公司如何利用交叉宣传和品牌推广策略对旗下的产品进行营销的方法；中国学者丁和根、郑青华的《全球传媒品牌的构建——国际经验对中国传媒的启示》补足了在这个领域的中国观点；而来自津巴布韦的非洲研究生甘大卫则介绍了南非最重要的国际广播电台“非洲频道”通过准确定位进行的有效品牌管理战略，向我们展示了既不同于西方、也不同于中国的经验。

书籍目录

编者的话  
媒介品牌媒介品牌塑造交叉宣传和媒介产品组合的品牌推广  
全球传媒品牌的构建——国际经验对中国传媒的启示  
浅析“非洲频道”的品牌战略  
全球传媒研究民主制度中媒体的角色：全球化是否影响孟加拉国媒体的角色？  
美国和巴西报纸中的国际新闻报道比较研究  
通过与外国公众交流来赢得民心？——试论中国崛起为软实力强国的条件  
牢记“卢旺达大屠杀”：关于地方媒体与全球媒体角色问题的再思考  
全球传媒论坛传播、政治与新媒体：更广阔的多维视角——专访加拿大传播学者赵月枝  
四川地震与香港记者专业精神观点  
Cybersex：新媒体建构的新亲密关系  
传媒前沿中国传统文化的跨文化传播策略分析——以京剧《鞠躬尽瘁诸葛孔明》在日演出为例  
为什么要对广播电视进行监管？  
学术信息“软实力与政府传播”国际研讨会综述  
书评“四种理论”的“临终圣礼——评《最后的权利：重议(报刊的四种理论)》为有源头活水来——“欧洲新闻与传播学名著译丛”简评

编辑推荐

媒介品牌塑造，交叉宣传和媒介产品组合的品牌推广，全球传媒品牌的构建——国际经验对中国传媒的启示，民主制度中媒体的角色：全球化是否影响加拉国媒体的角色？  
美国和巴西报纸中的国际新闻报道比较研究，传播、政治下新媒体：更广阔的多维视角——专访加拿大传播学者赵月枝。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>